广西日报传媒集团媒介融合创新研究

文 / 蔡海龙

随着网络传播的蓬勃发展，基于网络传播基础之上的各种互联网应用不断推陈出新，在这个过程中，微博、微信、新闻类 APP 等新媒体形态也迅速崛起，成为当下最受国民青睐的获取新闻信息的平台。而传统的报纸、广电媒体正面临着发行量、收视率下降，传播力、影响力受到削弱，广告投放缩水的窘境。面对新媒体传播的冲击以及人们获取信息的方式、习惯的改变，传统媒体不得不正视传播生态的改变，积极利用新媒体的传播平台，采取媒介融合的传播战略，力图保持自己在网络传播时代的传播力与影响力。

在传统媒体中，报纸是发展历史最为久远的新闻媒体。在我国的传统新闻媒体中，省级党报则是其中一个的重要类型。在媒介融合的大背景下，省级党报也纷纷与时俱进，推进媒介融合战略，以适应传播生态的变革，保持在新时代的传播影响力。

广西日报传媒集团是省级党报中开展媒介融合较为成功的一家。本文将结合新媒体传播的背景，对广西日报传媒集团媒介融合的理念与举措进行研究。

1. 广西日报传媒集团的发展概况

《广西日报》是中国共产党广西壮族自治区委员会机关报。1949 年 12 月 3 日，《广西日报》作为中共广西省委机关报正式创刊。1958 年 3 月 5 日，广西壮族自治区成立，《广西日报》随之成为中国共产党广西壮族自治区委员会机关报。2009 年 12 月 22 日，经广西壮族自治区党委、政府批准，广西日报传媒集团、广西日报传媒集团有限公司正式成立，同时保留广西日报社。截至 2015 年，广西日报社（广西日报传媒集团）下辖 30 个内设机构（部、处、室、中心）、14 个设区市记者站、7 报 3 刊 5 网站及 20 家子公司 1 工厂。

广西日报社出版 7 份报纸，即《广西日报》、《南国早报》、《当代生活报》、《南国今报》、《南国城报 • 居周刊》、《广西法治日报》、广西手机报（含移动版、联通版、电信版、防城港手机报、百色党建手机报、梧州手机报）。其中，《广西日报》是广西最具权威性和影响力的党委机关报，平均日发行量达到 23 万份。《南国早报》是广西发行量、广告量和影响力最大的都市类报纸，平均日发行量 30 万份。《当代生活报》是广西第一份生活服务类彩印报纸，平均日发行量 13 万份。《南国今报》是广西日报跨区域办报的成功典范，平均日发行量在 18 万份左右，是柳州市及桂中地区影响力最大的都市类报纸。《广西法治日报》是广西唯一一份法治类省级党报，坚持“党报性质、法治特色、都市报风格”的办报理念，是贯彻全面依法治国理念，建设平安广西、法治广西的重要舆论阵地，平均日发行量 15 万份。《南国城报》是继《南国早报》、《南国今报》之后又一“南国”系报纸，出版《居周刊》等系列周刊，是以房地产内容为主的经济服务类生活周报。广西日报社还出版 3 本杂志，即《广西画报》、《南国博览》、《法制与经济》。广西日报社拥有 5 家网站：广西新闻网、南国早报网、柳州今报网、桂林红豆网、平安广西网。

2. 广西日报传媒集团媒介融合创新的举措

传统报业的媒介融合创新，离不开对传播理念、传播内容、传播流程、传播渠道、传播平台、人才队伍的再造与重构，以便为新闻内容的传播创造用户乐于接受的使用体验。面对新的传播生态，广西日报社坚持一手抓传统媒体发展，一手抓新媒体建设，积极推动传统媒体和新媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面融合。目前广西日报传媒集团已发展成为广西新媒体产品形态最齐全、影响力和传播力最强、人员配备最完备、技术力量最强、与自治区及各级党委政府配合最紧密的传媒机构。

2.1 传播理念的革新与媒体定位的明晰

广西日报传媒集团是广西最具影响力的新型媒体集团，一直坚持政治家办报，坚持做党的政策的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。

广西日报传媒集团旗下拥有多家报纸、刊物、网站，在 14 个设区市设立记者站，并逐步将部分记者站升级为分社，集团拥有 5000 多名员工，是广西最具权威性的新闻媒介，辐射东盟的传媒巨舰。

广西日报传媒集团始终坚持党报姓党，高举旗帜，引领导向，围绕中心，服务大局，团结人民，鼓舞士气，凝心聚力，澄清谬误，明辨是非，连接中外，沟通世界，打通官方与民间舆论场，使党心与民意同频共振。以南国早报为代表的都市类子报，心连寻常百姓，情系千家万户，在广西报业市场独领风骚。广西新闻网、广西日报客户端

及其法人微博、微信、微视共同构建的新媒体平台，进一步增强媒体信息内容的核心竞争力，推进新闻内容生产和产品供给侧结构性改革。广西日报传媒集团坚持“四个紧扣”核心理念，紧扣自治区党委政府工作大局中心任务，紧扣广西经济社会发展的重大主题，紧扣老百姓关心的热点、难点、疑点问题，紧扣集团自身发展的需求。

广西日报传媒集团积极探索主流新闻的新媒体表述，以对话、沟通者的姿态去亲近受众，清新表达，真诚沟通。无论是全国两会、东博会等重大时政新闻，还是河池生猪被淹、开发商掴业主等公共突发事件，广西日报及其新媒体传播平台均做到反应快、不失声，引发大量粉丝关注、转发、点评，展现党报权威性和影响力，有效引导舆情、凝聚共识。

2.2 优质传播内容的打造

作为富有经验的内容创造者，传统媒体是活跃在新媒体传播平台上的重要力量。广西日报传媒集团在媒介融合的战略中体现出其对新闻专业主义与创新精神的结合。

正是因为有传统新闻媒体运作的深厚经验积累，再加上与时俱进的媒介融合理念，使得新理念契合新趋势，新思路催启新步伐，广西日报传媒集团的一项项重磅报道纷纷出炉。这些有影响力的报道包括：2016 年 2 月，全国两会期间，广西日报社在北京的“全媒体直播间”；2016 年 5 月广西党政代表团浙沪行“东学记”特别报道；2016 年 7 月，“八会”盘点，贯彻落实自治区重大专题会议精神；2016 年 9 月，第 13 届中国 – 东盟博览会报道。全媒体融合，全方位出击，全时段播报，创造了广西日报传媒集团全媒体报道的成功范例，强化了新闻舆论主阵地的传播力、引导力、影响力、公信力，真正收到了成风化人，凝心聚力的良好效果。

2017 年 10 月 18 日，中国共产党第十九次代表大会在北京开幕，出席十九大的广西代表在北京履职的同时，广西日报传媒集团在北京设立“十九大‘广西云’直播中心”，邀请到多位代表进行访谈，包括奋战在一线的基层代表。“广西云”十九大融媒报道 H5 作品《我为广西基层代表好声音点赞》于 10 月 23 日发出后，得到了网友的大量好评。该 H5 作品以海报风格的照片栏形式，展示广西各基层代表的风采，在照片的下方，设有音频播放按钮，网友点击按钮，就能播放相应的基层代表接受访谈的录音音频。截至 10 月 31 日 17 时，共有 679854 人次参与 H5 互动。《我为广西基层代表好声音点赞》在经过“全国党媒公共平台”与中央厨房融媒体学院专家的评审后，展示在了“全国党媒公共平台”网站“十九大融合报道精品 100 展示”活动专题页面上。

2.3 传播流程的优化

2006 年，新桂网和桂龙网正式整合为广西新闻网。2007 年，广西手机报开通。2008 年，广西新闻网推出广西网视。2013 年，广西新闻网 APP、微信、微博、微视上线。2014 年，广西新闻网 wap 网站升级上线。2015 年，广西新闻网全面推进媒体融合，对新闻资讯进行统一采购，分类加工，集中分发，打造全媒体、中央厨房。

通过中央厨房的打造，广西日报形成了一体策划、一次采集、多种生成、多元传播、全天滚动、全面覆盖的传播格局。记者采写的图文、音视频等各种“食材”，经过中央厨房精心调制，做成文字报道、图文报道、音频、视频、动漫、微刊、专题、H5 等各种新闻“料理”，分送到报纸、广播、电视、互联网、移动互联网等各大“餐厅”，调动读者的味蕾，并根据受众的不同需求进行调整变化，实现一次采集、多次生成、多云发布的全媒体生产。

2.4 传播渠道与平台的构建

广西日报积极推进公号、客户端、微博等新媒体产品的改革创新。被定位为“广西新闻发布第一平台”的广西日报客户端大力推动报纸、网站新闻的“精加工”，一些重要原创栏目如“自治区领导在忙啥”“书记市长去哪儿”等，受到广西用户的追捧。微博方面，在新浪官方排行榜中，广西日报法人微博长期位于广西媒体影响力和活跃度第一。

在媒介融合战略的实施过程中，广西日报传媒集团为构建新时代的传播渠道、传播平台，采取了以下举措。

2.4.1 开发数字报

广西日报报业集团旗下的广西日报、南国早报、当代生活报、南国今报、南国城报、健报、广西画报都开发了数字报，用户登录网站 http://gxrb.gxnews.com.cn 便可以查阅这些报纸的原版内容以及具体的相关报道。

2.4.2 网站的构建

广西日报社所属网站——广西新闻网是全国重点新闻网站，是自治区党委、政府发布权威信息、反映社情民意、服务广大网民的重要平台。广西新闻网成立于 2006 年 1 月，由新桂网和桂龙网强强联合而来，是以新闻资讯为主的大型综合性网站，推出视频新闻、手机报等新媒体服务。截至 2014 年底，广西新闻网 PC 端的各类页面点击率达到 2.4 亿，移动端点击率达到 3000 万。

当下，广西新闻网从传统门户网站跨越到全媒体运营平台，迈向大数据运营时代，构建全媒体、新渠道一体化运营模式，以产品特点和用户需求为导向，实现内容生产的全媒体、全流程转型。

2.4.3 广西日报官方微博的运营

截至2017年8月22日，广西日报官方微博粉丝数量达616万。广西日报官方微博的定位是：权威领主流，沟通凝力量！《广西日报》，成熟稳重的大叔一枚，生日是1949年12月3日，射手座，充满活力，风趣幽默。爱好广泛，在时政、经济、社会、文化体育领域有独到见解，常常发布重大权威解读。他写得了好文章，玩得了新花样，微博微信聊得了新闻，耍得了帅。你还不认识他的话，生活会缺少很多乐趣哦！微博上包括由文字、图片、视频、动画等形态的内容。在微博页面，设有友情链接，网民可以观看自治区政府新闻发布会、广西日报电子版、南国今报电子版、南国早报电子版、当代生活报电子版、广西新闻网上的内容。除此之外，广西日报微博页面还设有自治区机构微博、广西日报部门名记微博等相关链接。

2.4.4 微信公众号的运营

当下，社交媒体集聚了大量用户，众多传统媒体认识到以微信为代表的社交媒体的重要性，纷纷通过开办微信公众号，实现传统媒体与新媒体的融合发展，以扩大传统媒体的传播力、影响力，延伸其品牌价值，保持传统媒体在网络传播时代的生存竞争力。

作为广西自治区内的第一大党报的新媒体平台，自2013年成立后，《广西日报》官方微信平台获得了长足的发展，不仅在移动互联网舆论阵地中占得一席，在广西自治区乃至全国都赢得了较高的影响力。

2015年，《广西日报》官方微信号在全国省级党报的微信公众号影响力排行榜中，排名前10名以内。在业内较为认可的“刺猬公社”的“纸媒公号排行榜”及清华大学与中国青年报的“微信公众号颠峰榜”等多个第三方微信影响力排行榜上，《广西日报》微信公众号一直位列全国日报（党报）的前10位，并居全国综合日报的4–10名，位于人民日报、广州日报、南方日报之后，还曾在2014年12月创下87.5万的广西微信公众号单条阅读量记录。2014年11月，在全国首届互联网政务峰会上，《广西日报》微信公众号荣获“2014微政务影响力奖”。在2016年1月11日举行的广州“微信之夜”盛典晚会上，《广西日报》微信公众号又斩获“微信年度优秀媒体公众号”称号，这是广西地区唯一获奖的媒体，也是腾讯微信首次颁发该奖项。

广西日报微信还在全国媒体公众号中率先引入“摇一摇”“360度全景新闻”等新技术，不断创新微信“玩法”，受到粉丝好评。

《广西日报》官方微信公众号的影响力和口碑依托广西日报社60多年的资源积淀和平台构建，经过粉丝互动、事件营销及微信每日内容推送等日常运营，再通过东盟报道、美丽乡村建设及两会等众多公众大事件的发酵，逐渐形成了自身的品牌调性和运营范式。有研究者认为，《广西日报》官方微信公众号在运营的过程中所遇到的问题和挑战以及不断摸索中积累下来的经验，对于广西地方党报微信甚至是地方纸媒新媒体转型来说，都是一笔不可多得的财富，可供深挖和探索，截取和内化。

2.4.5 广西日报客户端

2013年广西日报传媒集团成立新媒体部，致力于发展新媒体领域的“新党报”。2014年12月22日，在广西日报传媒集团成立5周年之际，“广西日报”客户端以及广西日报传媒集团新媒体矩阵、政务新媒体正式上线。

广西日报客户端是“广西新闻第一发布平台”，设有头条、专题、政要、热评、财经、东盟、视窗、北部湾、体育等栏目。除了新闻内容外，该客户端还设有“广西发布”版块，其中包括自治区发布、厅局发布、地市发布栏目。用户通过客户端，不仅能及时掌握国家、自治区的重要新闻，还能了解自治区各厅局、各地市出台的各种新规定、新政策。

2.4.6 构建全媒体矩阵

通过实施媒介融合战略，广西日报传媒集团已构建起自己的新媒体矩阵，其覆盖新闻网站、互联网社区、手机报、微博、微信、移动客户端等多种新媒体形态，包括5个门户网站、1个红豆社区、6份手机报、7个移动客户端、微博公号64个、官方微信32个、微博微信公众号112个。广西日报、南国早报、当代生活报三个账号长期排名广西媒体微博排行榜前列，在全国综合性报纸微信公众号巅峰榜上广西日报微信名列全国日报、党报前10，南国早报微信号位于总榜前30。

目前，广西新闻网全媒体矩阵正和PC网站、wap网站、微信、微博、微视、手机报、BBS等传播相结合，实现传播终端全方位覆盖，占领移动新媒体时代舆论的新高地。

3. 广西日报传媒集团媒介融合创新的展望

广西日报传媒集团已经构建起平面媒体、网络媒体、移动媒体全覆盖的多媒体传播格局，成为当前广西新媒体产品形态最齐全、人员配备最完备、技术力量最强、影响力和传播力最强、报道与经营力量最强、与自治区和各级党委政府配合最紧密的传媒机构。集团已经成为拥有多家报纸、期刊、网站、公司的大型传媒集团，净资产截止2014年12月达10.42亿元，连续5年利润超亿元，利润率连年排在全国党报前茅，基本形成了报纸主业突出，新媒体发展迅速，传媒经营多元化赢利的全新格局。站在新的历史起点上，广西日报传媒集团仍需朝着拥有强大实力和传播力、公信力、影响力、竞争力的新型媒体集团继续

努力，并在以下方面着力。

3.1 坚守党媒的性质

广西日报传媒集团是以《广西日报》为核心的传媒集团，无论其如何推进改革创新的步伐，都必须坚守作为中国共产党广西壮族自治区委员会机关报的性质，发挥其作为机关报的功能。各项改革举措，都是为了更好地服务于这项功能的实现。

3.2 突出广西壮族自治区的区域特色

广西地处中国南方沿海，东连广东省，南临北部湾并与海南省隔海相望，西与云南省毗邻，东北接湖南省，西北靠贵州省，西南与越南社会主义共和国接壤，是岭南文化传承的主要地区之一。特殊的地里位置、独特的省情，为广西日报传媒集团的内容采制提供了丰富的资源。

3.3 深化媒介融合战略

广西日报传媒集团已经在媒介融合的道路上进行了诸多探索，取得了显著的成绩，但网络与新媒体传播仍处于变革之中，随着传播技术的进步、传播观念的更新，媒介融合的进程还需要向前继续推进，只有与时俱进，新闻媒体才能适应未来社会的发展。

3.4 重视受众需求

传播活动本身并不是新闻媒体的目的，传播效果的实现才是新闻传播的根本目的。广西日报传媒集团的媒体平台要发挥好舆论引导，弘扬主旋律，传播正能量的作用，首先就需要让受众愿意接触其传播平台，愿意接收、阅读、观看其传播内容，这是传播效果产生的前提。因而，在媒介融合战略推进的过程中，集团必须对当前的传播生态有清醒的认识，需要对受众的媒介接触行为、心理进行研究，基于受众需求，改进、开发新的传播平台与内容，为受众提供独特的使用体验。

综上所述，在新的时代背景下，广西日报需要坚持正确办报方向，弘扬主旋律，传播正能量，当好传统主流媒体和新兴媒体融合发展的排头兵，为加快实现广西与全国同步全面建成小康社会，基本建成西南中南地区开放发展新的战略支点“两个建成”目标，为广西构建面向东盟的国际大通道，形成21世纪海上丝绸之路与丝绸之路经济带有机衔接的重要门户增添新动力。

作者蔡海龙，北京工商大学艺术与传媒学院新闻系副教授，中国传媒大学博士，研究方向为传播理论、传播研究方法、传播实务。本文系中国新闻出版研究院中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助课题“中国传媒社会责任研究”（课题编号：2017-Y-Y-CM-041）部分成果。